KAMPUS AKADEMIK PUBLISING
Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen (JAEM)
Vol.3, No.4 Desember 2026
e-ISSN: 3062-7974, p-ISSN : 3062-9586, Hal 396-410
DOI : https://doi.org/10.61722/jaem.v3i4.13223

Pengaruh Pemahaman Kebijakan Pemungutan PPh 22 Marketplace dan Persepsi Kemudahan Administrasi terhadap Kepatuhan Penjual Online di Kota Kediri : Moderasi Preferensi Risiko

Dinda Cahya Ardila Putri[1], Maulida Rahma Putri[2], Desi Eka Cahyani[3], Fauziyah[4]
[1-4] Universitas Islam Kadiri
*Penulis Korespondensi: dindaardila155@gmail.com

Abstract. *E-commerce platforms have collected Article 22 Income Tax on online sellers' income since 1 October 2026 under Minister of Finance Regulation Number 37 of 2025. The policy schedule changed twice in 2026. Empirical evidence on seller readiness at the city level is not yet available. This article builds a conceptual framework for the tax compliance of online sellers in Kediri City through policy understanding, perceived administrative ease, and risk preference. The study uses document analysis and a literature synthesis of publications from 2021 to 2025. The authors reviewed official announcements from the Directorate General of Taxes, e-commerce transaction data, data on micro, small, and medium enterprises (MSMEs), and seven prior studies. The authors also designed a quantitative survey with 100 respondents, a Likert-scale questionnaire, and moderated regression analysis. The review shows three findings. First, e-commerce transaction value rose from IDR 205.5 trillion in 2019 to IDR 487.01 trillion in 2024. Second, 653 thousand of 1.6 million MSMEs with a taxpayer identification number paid final income tax consistently in 2024. Third, prior studies have not tested these three factors in one model for online sellers. The review produces four hypotheses and a 35-item instrument. The article concludes that the moderation model merits testing.*

Keywords: *tax compliance, online sellers, Article 22 income tax collection, risk preference, Kediri City.*

Abstrak. Platform perdagangan elektronik memungut Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 22 atas penghasilan penjual daring sejak 1 Oktober 2026 berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 37 Tahun 2025. Jadwal kebijakan berubah dua kali pada 2026. Bukti empiris tentang kesiapan penjual di tingkat kota belum tersedia. Artikel ini bertujuan menyusun kerangka konseptual kepatuhan pajak penjual daring di Kota Kediri melalui pemahaman kebijakan, persepsi kemudahan administrasi, dan preferensi risiko. Penelitian memakai studi dokumentasi dan sintesis literatur terbitan 2021 sampai 2025. Peneliti menelaah pengumuman resmi Direktorat Jenderal Pajak, data transaksi e-commerce, data usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta tujuh penelitian terdahulu. Peneliti juga merancang survei kuantitatif dengan 100 responden, kuesioner skala Likert, dan analisis regresi moderasi. Hasil telaah menunjukkan tiga temuan. Pertama, nilai transaksi e-commerce naik dari Rp205,5 triliun pada 2019 menjadi Rp487,01 triliun pada 2024. Kedua, 653 ribu dari 1,6 juta UMKM yang memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) menyetor PPh final secara konsisten pada 2024. Ketiga, penelitian terdahulu belum menguji ketiga faktor tersebut dalam satu model pada penjual daring. Telaah ini menghasilkan empat hipotesis dan instrumen 35 pernyataan. Artikel menyimpulkan bahwa model moderasi ini layak diuji.

Kata kunci: kepatuhan pajak, penjual daring, pemungutan PPh Pasal 22, preferensi risiko, Kota Kediri.

1. LATAR BELAKANG

Perdagangan digital menjadi sumber penghasilan yang besar bagi pelaku usaha di Indonesia. Nilai transaksi e-commerce naik dari Rp205,5 triliun pada 2019 menjadi Rp487,01 triliun pada 2024 (Pusat Data Kontan, 2025). Pada Juli 2025, nilai transaksi mencapai Rp44,4 triliun dari 466,93 juta transaksi (Republika, 2025a). Pada kuartal III 2025, transaksi mencapai 1,44 miliar dengan nilai Rp134,67 triliun, dan volumenya

Naskah Masuk: 22 Desember 2026; Revisi: 23 Desember 2026; Diterima: 24 Desember 2026; Terbit: 28 Desember 2026.

tumbuh 20,5 persen secara tahunan (Republika, 2025b). Penghasilan dari penjualan daring tetap menjadi objek pajak, sama seperti penghasilan dari penjualan luring (Kompas TV, 2025). Pemerintah karena itu menugaskan platform untuk memungut pajak atas penghasilan penjual.

Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 37 Tahun 2025 mengatur pemungutan tersebut. Platform yang ditunjuk memungut, menyetor, dan melaporkan Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 22 sebesar 0,5 persen dari omzet bruto di luar Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) (Kompas TV, 2025). Penjual orang pribadi dengan omzet sampai Rp500 juta per tahun tidak dipungut jika menyampaikan surat pernyataan kepada platform (Kompas TV, 2025). Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menegaskan bahwa pungutan ini bukan jenis pajak baru. Pungutan menjadi pelunasan bagi penjual dengan skema PPh final UMKM dan menjadi kredit pajak bagi penjual dengan skema umum (Pajak.com, 2025).

Jadwal penerapan berubah dua kali pada 2026. DJP menunjuk Tokopedia, Shopee, Lazada, dan Blibli pada 1 Juli 2026, dengan pungutan efektif mulai 1 Agustus 2026 (CNBC Indonesia, 2026a). Pemerintah menunda berlakunya PMK 37/2025 pada 5 Agustus 2026, membatalkan penunjukan, dan mengembalikan pungutan yang telanjur dipotong (Simanjuntak, 2026). DJP lalu menunjuk ulang keempat platform pada 24 September 2026 dan memulai pemungutan pada 1 Oktober 2026, lebih awal dari rencana 1 November 2026 (Kontan, 2026; CNBC Indonesia, 2026b). Asosiasi E-Commerce Indonesia sebelumnya menyatakan bahwa platform membutuhkan sekitar satu tahun untuk bersiap (Untari, 2025). Menteri Keuangan juga sempat membuka peluang penundaan lanjutan (ANTARA, 2026). Perubahan jadwal ini menyulitkan penjual yang harus memahami aturan sambil menyesuaikan diri dengan pungutan yang baru berjalan.

Pelaku usaha kecil mendominasi marketplace. Sekitar 84 persen UMKM yang berjualan di marketplace memiliki omzet di bawah Rp300 juta (DDTCNews, 2026c). Kota Kediri mencatat 22.000 UMKM, dan 10.000 di antaranya memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) (Beritajatim, 2025). Pemerintah Kota Kediri juga pernah mendorong UMKM bermigrasi ke marketplace (Beritajatim, 2021). Data kepatuhan menunjukkan ruang perbaikan. Dari 1,6 juta UMKM yang memiliki NPWP, hanya 653 ribu yang menyetor PPh final secara konsisten pada 2024 (IKPI, 2025). DJP memperkirakan sekitar

800.000 pelaku usaha baru masuk ke sistem perpajakan melalui PMK 37/2025 (Direktorat Jenderal Pajak, 2025). Rendahnya literasi pajak pelaku usaha menjadi salah satu tantangan kebijakan ini (DDTCNews, 2026c). Data nasional tersebut tidak memisahkan penjual daring di tingkat kota.

Penelitian terdahulu menunjuk tiga faktor yang relevan. Faktor pertama adalah pemahaman. Dewi dan Setiawan (2023) menemukan bahwa pengetahuan perpajakan, pemahaman peraturan, dan kesadaran berpengaruh positif terhadap kepatuhan pelaku e-commerce di Denpasar Selatan. Faktor kedua adalah kemudahan administrasi. Triansyah dan Putra (2025) menemukan bahwa literasi digital berdampak signifikan terhadap kepatuhan karena memudahkan akses informasi, pelaporan daring, dan interaksi dengan otoritas pajak. Faktor ketiga adalah sikap terhadap risiko. Alm dan Malézieux (2021) meninjau 40 tahun eksperimen penggelapan pajak dan menemukan bahwa karakteristik subjek, termasuk sikap terhadap risiko, memengaruhi kepatuhan. Wan (2024) menganalisis sekitar 7.300 wajib pajak di Korea Selatan dan menemukan bahwa penghindaran risiko meningkatkan moral pajak walaupun peluang pemeriksaan dan denda rendah. Jin et al. (2022) memakai teori prospek untuk menjelaskan kepatuhan pelaku ekonomi digital. Mereka menemukan bahwa efek penjeraan lemah ketika administrasi pajak tertunda.

Penelitian terdahulu meninggalkan tiga kesenjangan. Pertama, studi kepatuhan pelaku e-commerce berlangsung sebelum pemungutan oleh platform berlaku (Dewi dan Setiawan, 2023). Kedua, studi tentang risiko berfokus pada moral pajak, eksperimen, atau model teoretis dan tidak menguji penjual yang dipungut platform (Alm dan Malézieux, 2021; Jin et al., 2022; Wan, 2024). Ketiga, penulis tidak menemukan studi tentang kepatuhan pajak penjual daring di Kota Kediri. Penulis juga tidak menemukan data publik yang memisahkan kepatuhan penjual daring pada tingkat kota.

Artikel ini bertujuan menyusun kerangka konseptual dan rancangan pengujian bagi pengaruh pemahaman kebijakan pemungutan PPh Pasal 22 dan persepsi kemudahan administrasi terhadap kepatuhan penjual daring di Kota Kediri, dengan preferensi risiko sebagai variabel moderasi. Kajian mencakup wajib pajak orang pribadi yang berjualan melalui marketplace dan menjalankan usaha di Kota Kediri. Kajian mengukur kepatuhan sebagai kepatuhan formal. Status kebijakan mengacu pada informasi sampai 19 Oktober

2026. Artikel ini menjadi dasar bagi survei yang peneliti rencanakan pada tahap berikutnya.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dengan metode survei eksplanatif. Metode ini menjelaskan pengaruh pemahaman kebijakan (X1) dan persepsi kemudahan administrasi (X2) terhadap kepatuhan penjual daring (Y) berdasarkan data sampel. Metode ini juga menguji peran preferensi risiko (Z) sebagai moderator. Peneliti merancang survei ini dan belum menjalankannya. Studi dokumentasi dan sintesis literatur mendukung survei dengan konteks kebijakan, indikator, dan perumusan hipotesis.

Jenis data berupa data kuantitatif, yaitu skor jawaban kuesioner berskala Likert lima poin. Peneliti menjumlahkan skor butir menjadi skor setiap variabel. Data primer berasal dari jawaban penjual daring di Kota Kediri. Data sekunder mencakup keterangan resmi DJP tentang PMK 37/2025, data transaksi e-commerce Bank Indonesia yang media kutip, data UMKM Kota Kediri, dan artikel ilmiah. Peneliti menelusuri artikel pada basis data akademik dengan rentang terbit 2021 sampai 2026. Peneliti memilih studi yang membahas kepatuhan pajak pelaku e-commerce atau ekonomi digital, sikap terhadap risiko, atau sistem administrasi pajak digital. Tujuh studi terbitan 2021 sampai 2025 memenuhi kriteria tersebut. Peneliti memeriksa status kebijakan sampai 19 Oktober 2026.

Peneliti memakai 22.000 UMKM di Kota Kediri sebagai kerangka penentuan ukuran sampel karena data publik tentang jumlah penjual daring tidak tersedia Peneliti memilih responden dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan empat kriteria. Responden berstatus wajib pajak orang pribadi yang menjalankan usaha di Kota Kediri, berjualan melalui marketplace, menjalankan usaha daring paling singkat satu tahun dengan usaha yang masih aktif, dan bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Rumus Slovin dengan toleransi kesalahan 10 persen menghasilkan

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{22.000}{1 + (22.000 \times 0,10^2)}$$

$$n = 99,55 \approx 100$$

Keterangan:

N : Jumlah Populasi

n : Besar Sampel

e : *margin of error*

Peneliti mengumpulkan data primer dengan kuesioner yang memuat 35 pernyataan berskala Likert lima poin . Kuesioner memuat 9 pernyataan untuk X1, 10 untuk X2, 7 untuk Z, dan 9 untuk Y. Peneliti menyebarkannya melalui Google Form dan kunjungan langsung ke komunitas penjual. Studi dokumentasi menghimpun data sekunder. Peneliti tidak memakai observasi dan wawancara.

Analisis data mengikuti tiga tahap. Pada tahap inventarisasi, peneliti memberi kode responden, memeriksa kelengkapan jawaban dan kesesuaian dengan kriteria responden, lalu mengubah jawaban menjadi angka. Pada tahap klasifikasi, peneliti mengelompokkan butir menurut variabel dan dimensi (Tabel 4), menghitung skor dimensi dan variabel, dan menyusun profil responden. Pada tahap penafsiran, peneliti menguji instrumen dan hipotesis, lalu menafsirkan hasilnya dengan teori prospek dan penelitian terdahulu.

Uji validitas memakai korelasi Pearson dengan r tabel 0,197 (n = 100, derajat kebebasan 98, taraf signifikansi 5 persen). Uji reliabilitas memakai Cronbach’s Alpha dengan batas 0,70. Uji asumsi klasik mencakup uji Kolmogorov-Smirnov, Tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF), uji Glejser, dan *Test for Linearity*. Peneliti memusatkan nilai (*mean centering*) variabel bebas dan moderasi sebelum membentuk suku interaksi. Analisis memakai regresi linear berganda dan analisis regresi moderasi (*moderated regression analysis*) dengan IBM SPSS Statistics pada taraf signifikansi 5 persen.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Basis Pajak Digital Dan Kronologi Kebijakan

Tabel 1 menyajikan kronologi kebijakan sampai 19 Oktober 2026. Kronologi menunjukkan bahwa substansi aturan tidak berubah, sedangkan jadwal penerapan berubah dua kali. DJP menyatakan bahwa penundaan hanya menggeser waktu pemberlakuan.DJP juga menyatakan bahwa percepatan pada Oktober berasal dari kesiapan teknis sistem setiap platform, bukan dari perubahan substansi.

Tabel 1. Kronologi penetapan dan penerapan PMK 37/2025

Tanggal	Peristiwa	Sumber
11 dan 14 Juli 2025	Menteri Keuangan menetapkan PMK 37/2025 pada 11 Juli dan mengundangkannya pada 14 Juli. Tarif pungutan 0,5% dari omzet bruto.	Kompas TV (2025)
1 Juli 2026	DJP menunjuk Tokopedia, Shopee, Lazada, dan Blibli sebagai pemungut. Pungutan dijadwalkan efektif 1 Agustus 2026.	CNBC Indonesia (2026a)
5 dan 6 Agustus 2026	Pemerintah menunda berlakunya PMK 37/2025 hingga 31 Oktober 2026. DJP membatalkan penunjukan. Platform mengembalikan pungutan yang telanjur dipotong.	Simanjuntak (2026); DDTCNews (2026b)
18 September 2026	DJP menyatakan pemungutan berlaku 1 November 2026 sesuai kesiapan platform.	DDTCNews (2026d)
24 September 2026	DJP menunjuk ulang empat platform sebagai pemungut.	Kontan (2026)
1 Oktober 2026	Pemungutan dimulai, lebih awal dari rencana 1 November 2026.	Kontan (2026); CNBC Indonesia (2026b)

Sumber: Data Sekunder Diolah (2026)

Tabel 2 merangkum indikator basis pajak digital dan kepatuhan pelaku usaha. Nilai transaksi e-commerce pada 2024 sekitar 2,4 kali nilai 2019 menurut perhitungan penulis. Dari 1,6 juta UMKM yang memiliki NPWP, 653 ribu atau sekitar 41 persen menyetor PPh final secara konsisten pada 2024. Di Kota Kediri, 10.000 dari 22.000 UMKM, atau sekitar 45 persen, memiliki NIB. Dua hal tampak dari data ini. Basis pajak digital membesar, dan kepatuhan pelaku usaha kecil belum merata. Data tersebut tidak mengukur kepatuhan penjual daring di Kota Kediri. Survei pada tahap kedua mengisi kekosongan itu.

Tabel 2. Indikator basis pajak dan kepatuhan pelaku usaha digital dan UMKM

Indikator	Nilai	Sumber
Nilai transaksi e-commerce 2019	Rp205,5 triliun	Pusat Data Kontan (2025)
Nilai transaksi e-commerce 2024	Rp487,01 triliun	Pusat Data Kontan (2025)
Nilai dan jumlah transaksi kuartal III 2025	Rp134,67 triliun; 1,44 miliar transaksi	Republika (2025b)

Indikator	Nilai	Sumber
UMKM yang memiliki NPWP	1,6 juta	IKPI (2025)
UMKM yang menyetor PPh final secara konsisten pada 2024	653 ribu	IKPI (2025)
Estimasi pelaku usaha baru yang masuk sistem pajak melalui PMK 37/2025	Sekitar 800.000	Direktorat Jenderal Pajak (2025)
UMKM marketplace dengan omzet di bawah Rp300 juta	Sekitar 84%	DDTCNews (2026c)
UMKM di Kota Kediri; yang memiliki NIB	22.000; 10.000	Beritajatim (2025)

Sumber: Data Sekunder Diolah (2026)

Posisi penjual dalam mekanisme pemungutan

PMK 37/2025 memindahkan kewajiban setor dari penjual ke platform, tetapi tetap meninggalkan tugas bagi penjual. Penjual orang pribadi dengan omzet sampai Rp500 juta harus menyampaikan surat pernyataan agar platform tidak memungut.Aturan menghitung omzet dari semua platform secara gabungan, sehingga surat pernyataan di satu platform tidak membebaskan penjual yang total omzetnya melampaui batas Penjual dengan omzet di atas Rp500 juta wajib memberi tahu platform paling lambat pada akhir bulan saat omzet melampaui batas. Platform menerbitkan invoice yang memuat informasi pajak yang dipungut.

Tugas tersebut menuntut dua hal dari penjual. Penjual harus memahami aturan, dan penjual harus menjalankan prosedur. Kedua tuntutan ini menjadi dasar bagi variabel pemahaman kebijakan dan persepsi kemudahan administrasi. Direktur Jenderal Pajak menyatakan bahwa mekanisme baru ini memudahkan pedagang. Pernyataan itu perlu diuji dari sisi persepsi penjual. Pungutan juga mengubah cara mengukur kepatuhan. Platform menyetor pungutan, sehingga data setoran platform tidak menunjukkan perilaku penjual. Penelitian ini karena itu mengukur kepatuhan formal penjual melalui pendaftaran, pencatatan, pelaporan, penyetoran, dan pemenuhan ketentuan PMK 37/2025.

Pemangku kepentingan menilai kebijakan ini secara berbeda. Asosiasi E-Commerce Indonesia mendukung prinsip penguatan kepatuhan, meminta waktu persiapan sekitar satu tahun, dan menyatakan bahwa penjual dapat meneruskan beban pajak kepada konsumen. DJP mewaspadai pengalihan aktivitas dagang dari platform ke

saluran digital lain akibat tarif 0,5 persen. DJP juga menyatakan bahwa kebijakan ini tidak dimaksudkan menambah beban pajak penjual. Pandangan tersebut berasal dari asosiasi dan otoritas pajak. Pandangan penjual belum terdokumentasi pada sumber yang penulis telaah.

Sintesis penelitian terdahulu dan kesenjangan

Tabel 3 merangkum enam studi empiris dan teoretis yang relevan. Putri dan Prasetyawati (2025) menyajikan tinjauan sistematis tentang e-commerce dan kebijakan pajak. Tinjauan itu tidak menguji penjual di Kota Kediri, sehingga peneliti tidak memasukkannya ke dalam tabel.

Tabel 3. Ringkasan penelitian terdahulu

Studi	Konteks dan metode	Temuan utama	Keterbatasan bagi penelitian ini
Dewi dan Setiawan (2023)	159 pelaku e-commerce di Denpasar Selatan; *purposive sampling*; regresi linear berganda	Pengetahuan perpajakan, pemahaman peraturan, dan kesadaran berpengaruh positif terhadap kepatuhan.	Data sebelum pemungutan oleh marketplace berlaku; tanpa moderasi.
Triansyah dan Putra (2025)	Kuantitatif; literasi pajak sebagai variabel bebas; literasi digital sebagai moderator	Literasi digital berdampak signifikan terhadap kepatuhan karena memudahkan akses informasi, pelaporan daring, dan interaksi dengan otoritas pajak.	Objek wajib pajak secara umum; tanpa konteks PMK 37/2025.
Wan (2024)	Sekitar 7.300 wajib pajak di Korea Selatan; pertanyaan hipotetis; regresi probit terurut	Penghindaran risiko meningkatkan moral pajak walaupun risiko pemeriksaan dan denda rendah.	Variabel terikat moral pajak; risiko bukan moderator.
Alm dan Malézieux (2021)	Meta-analisis eksperimen penggelapan pajak selama 40 tahun	Karakteristik subjek, termasuk sikap terhadap risiko, memengaruhi kepatuhan.	Berbasis eksperimen laboratorium; tidak meneliti penjual daring.

Studi	Konteks dan metode	Temuan utama	Keterbatasan bagi penelitian ini
Jin et al. (2022)	Model teoretis berbasis teori prospek; studi kasus pelaku ekonomi digital (penyiar langsung)	Efek penjeraan ada tetapi tidak kuat ketika administrasi tertunda dan kepatuhan yang dipersepsikan rendah. Efek konformitas mendorong pelaku papan atas menghindari pajak dalam jumlah besar.	Bersifat teoretis; tanpa survei penjual marketplace.
Utama et al. (2022)	Perusahaan wajib pajak besar di Jakarta (populasi 529 perusahaan); *e-filing* sebagai moderator	Religiositas dan persepsi risiko memengaruhi sikap. Sikap berpengaruh positif terhadap niat patuh. *E-filing* tidak memoderasi model secara signifikan.	Subjek perusahaan; variabel terikat niat patuh; moderator bukan preferensi risiko.

Sumber: Data Sekunder Diolah (2026)

Tabel 3 memperlihatkan tiga kesenjangan. Pertama, tidak ada studi yang menguji pemahaman kebijakan PMK 37/2025 sebagai penentu kepatuhan. Kedua, tidak ada studi yang menguji persepsi kemudahan administrasi atas pemungutan oleh pihak ketiga.Studi terdahulu meneliti pengetahuan dan literasi, sedangkan penjual di marketplace kini menghadapi prosedur surat pernyataan dan invoice. Ketiga, tidak ada studi yang menguji preferensi risiko sebagai moderator pada penjual daring. Studi risiko yang ada memakai eksperimen, model teoretis, atau moral pajak sebagai variabel terikat.

Satu temuan memberi catatan metodologis. Moderator dari sisi sistem, yaitu *e-filing*, tidak memoderasi model niat patuh secara signifikan pada perusahaan wajib pajak besar.Studi tersebut juga meneliti persepsi risiko, bukan preferensi risiko. Hasil itu belum menjawab apakah moderator perilaku bekerja pada penjual perorangan. Peneliti karena itu menguji sikap terhadap risiko sebagai moderator dan tidak mengasumsikan hasilnya.

Pengembangan hipotesis dan model konseptual

Kerangka ini bertumpu pada temuan kepatuhan pajak pelaku e-commerce dan teori prospek.Teori Prospek menjelaskan bahwa orang menilai hasil sebagai untung atau rugi terhadap titik acuan dan memberi bobot lebih besar pada kerugian. Teori ini untuk kepatuhan pelaku ekonomi digital. Peneliti memakai teori ini sebagai argumen bahwa

penjual yang lebih menghindari risiko memberi bobot lebih besar pada sanksi dan ketidakpastian pajak. Argumen ini menjadi dasar peran moderasi.

Hipotesis 1

Penjual yang memahami isi kebijakan mengetahui batas omzet, syarat surat pernyataan, dan perlakuan pungutan sebagai kredit atau pelunasan pajak. Pengetahuan ini membantu penjual memenuhi kewajiban dengan tepat.

H1: Pemahaman kebijakan pemungutan PPh Pasal 22 oleh marketplace berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan penjual daring di Kota Kediri.

Hipotesis 2

Prosedur yang mudah menurunkan biaya waktu dan usaha bagi penjual. Akses informasi dan pelaporan daring yang mudah mendorong penjual menjalankan kewajibannya.

H2: Persepsi kemudahan administrasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan penjual daring di Kota Kediri.

Hipotesis 3

Penjual yang menghindari risiko memberi bobot lebih besar pada sanksi dan ketidakpastian pajak. Pemungutan oleh platform baru berjalan sejak 1 Oktober 2026, sehingga pengawasan terhadap penjual belum penuh. Penjual yang menghindari risiko diperkirakan lebih cepat mengubah pemahaman kebijakan menjadi tindakan patuh. Penjual yang menerima risiko dapat menunda.

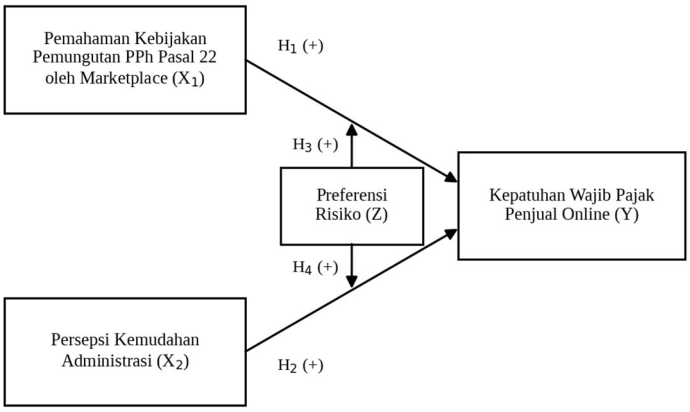
H3: Preferensi risiko memperkuat pengaruh positif pemahaman kebijakan terhadap kepatuhan penjual daring di Kota Kediri.

Hipotesis 4

Prosedur yang mudah menekan biaya kepatuhan. Penjual yang menghindari risiko diperkirakan lebih cepat mengubah prosedur yang mudah menjadi tindakan patuh. Penjual yang menerima risiko dapat menunda, walaupun prosedurnya mudah.

H4: Preferensi risiko memperkuat pengaruh positif persepsi kemudahan administrasi terhadap kepatuhan penjual daring di Kota Kediri.

Peneliti mengukur preferensi risiko sebagai tingkat penghindaran risiko, sehingga skor yang lebih tinggi menunjukkan penjual yang lebih menghindari risiko. Gambar 1 menyajikan model tersebut.



Gambar 1. Model Konseptual Penelitian

Pemahaman kebijakan (X_1) dan persepsi kemudahan administrasi (X_2) memengaruhi kepatuhan penjual daring (Y). Preferensi risiko (Z) memoderasi kedua pengaruh tersebut. Tanda (+) menunjukkan pengaruh positif.

Rancangan pengukuran dan pengujian

Peneliti menyusun 35 pernyataan berdasarkan isi PMK 37/2025 dan dimensi dari penelitian terdahulu. Tabel 4 merangkum variabel, dimensi, nomor item, dan rujukannya.

Tabel 4. Variabel, Dimensi, dan Item Kuesioner

Variabel	Dimensi	Item	Rujukan
Pemahaman kebijakan (X_1)	Pemahaman subjek dan mekanisme	1–3 (3)	Kompas TV (2025); CNBC Indonesia (2026a)
	Pemahaman pengecualian dan kewajiban	4–7 (4)	Kompas TV (2025, 2026); Pajak.com (2025)
	Pemahaman perlakuan pajak yang dipungut	8–9 (2)	Pajak.com (2025); CNBC Indonesia (2026a)
Persepsi kemudahan administrasi (X_2)	Kemudahan informasi	10–12 (3)	Triansyah dan Putra (2025)

Variabel	Dimensi	Item	Rujukan
	Kemudahan prosedur	13–15 (3)	CNBC Indonesia (2026a); Kompas TV (2026)
	Kemudahan pencatatan dan pelaporan	16–19 (4)	Utama et al. (2022)
Preferensi risiko (Z)	Sikap terhadap sanksi dan pemeriksaan	20–22 (3)	Wan (2024); Alm dan Malézieux (2021)
	Sikap terhadap ketidakpastian	23–24 (2)	Jin et al. (2022)
	Kehati-hatian keuangan	25–26 (2)	Wan (2024)
Kepatuhan penjual daring (Y)	Kepatuhan pendaftaran	27–28 (2)	Dewi dan Setiawan (2023)
	Kepatuhan pencatatan dan pelaporan	29–31 (3)	Dewi dan Setiawan (2023); Triansyah dan Putra (2025)
	Kepatuhan penyetoran dan ketentuan PMK 37/2025	32–35 (4)	Kompas TV (2025); Pajak.com (2025)

Sumber: Diolah penulis dari berbagai kajian teoritis (2026)

Peneliti menguji hipotesis dengan persamaan regresi moderasi berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + \beta_4 X_1 Z + \beta_5 X_2 Z + e$$

Y adalah kepatuhan penjual daring. α adalah konstanta. β_1 sampai β_5 adalah koefisien regresi. X_1Z dan X_2Z adalah suku interaksi. e adalah galat. Peneliti memprediksi bahwa β_1 dan β_2 bernilai positif. Peneliti juga memprediksi bahwa β_4 dan β_5 bernilai positif, yang menunjukkan moderasi yang memperkuat. Uji t menguji H_1 dan H_2 melalui β_1 dan β_2, serta H_3 dan H_4 melalui β_4 dan β_5. Hipotesis nol ditolak jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, dengan derajat kebebasan 94. Uji F menguji kelayakan model dengan derajat kebebasan 5 dan 94. *Adjusted* R^2 mengukur proporsi variasi Y yang model jelaskan (Ghozali, 2021).

Implikasi dan keterbatasan

Jika data mendukung H_3 dan H_4, DJP dan platform dapat membedakan sosialisasi menurut sikap risiko penjual. Hasil survei akan menunjukkan kelompok penjual yang paling membutuhkan informasi tentang surat pernyataan dan batas omzet. Hasil itu juga

memberi dasar bagi pendampingan UMKM daring oleh pemerintah daerah di Kota Kediri.

Kajian ini memiliki empat keterbatasan. Pertama, artikel ini belum menyajikan data primer, sehingga empat hipotesis belum teruji. Kedua, kerangka sampel memakai jumlah UMKM, bukan jumlah penjual daring, karena data penjual daring tidak tersedia. Ketiga, *purposive sampling* membatasi generalisasi hasil ke penjual di wilayah lain atau penjual yang tidak memakai marketplace. Keempat, pemungutan baru berjalan sejak 1 Oktober 2026 dan jadwalnya telah berubah dua kali, sehingga peneliti memperbarui status kebijakan sebelum pengumpulan data.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Artikel ini menyusun kerangka konseptual kepatuhan pajak penjual daring di Kota Kediri pada pemungutan PPh Pasal 22 oleh platform. Kesimpulan khusus ada tiga. Pertama, jadwal PMK 37/2025 berubah dua kali pada 2026 dan pemungutan berjalan sejak 1 Oktober 2026, sedangkan substansi aturan tidak berubah. Kedua, basis pajak digital besar dan kepatuhan pelaku usaha kecil belum merata. Hanya 653 ribu dari 1,6 juta UMKM yang memiliki NPWP menyetor PPh final secara konsisten pada 2024. Ketiga, penelitian terdahulu belum menguji pemahaman kebijakan, persepsi kemudahan administrasi, dan preferensi risiko dalam satu model pada penjual daring. Kesimpulan umum, model moderasi dengan empat hipotesis dan instrumen 35 pernyataan layak diuji. Artikel ini belum menyajikan bukti empiris tentang pengaruh antarvariabel.

Penulis menyarankan tiga langkah. Pertama, peneliti menjalankan survei terhadap 100 responden dan menguji empat hipotesis, setelah memperbarui status kebijakan. Kedua, DJP dan platform menyampaikan informasi tentang surat pernyataan dan batas omzet dalam bahasa yang sederhana, karena aturan menuntut pemahaman yang rinci. Ketiga, DJP, platform, dan pemerintah daerah menunggu hasil survei sebelum membedakan sosialisasi menurut sikap risiko penjual.

DAFTAR REFERENSI

Alm, J. dan Malézieux, A. (2021) ‘40 years of tax evasion games: a meta-analysis’, *Experimental Economics*, 24(3), pp. 699–750. doi:10.1007/s10683-020-09679-3.

ANTARA (2026) *Purbaya berpeluang kembali menunda penerapan pajak marketplace*, 12 Agustus. Tersedia di: *https://m.antaranews.com/amp/berita/5691137/purbaya-berpeluang-kembali-menunda-penerapan-pajak-marketplace*

Beritajatim (2021) *Wali Kota Kediri membuka kelas perdana Sobat UKM Shopee di Kota Kediri*. Tersedia di: *https://beritajatim.com/?p=723832*

Beritajatim (2025) *Workshop penguatan usaha KUKM bagi 60 pelaku UMKM di Kota Kediri*, 29 Agustus. Tersedia di: *https://beritajatim.com/?p=1408812*

CNBC Indonesia (2026a) *Ini 4 marketplace yang bakal pungut pajak toko online mulai 1 Agustus*, 2 Juli. Tersedia di: *https://www.cnbcindonesia.com/news/20260702062456-4-747342/ini-4-marketplace-yang-bakal-pungut-pajak-toko-online-mulai-1-agustus*

CNBC Indonesia (2026b) *Sah! Shopee-Tokopedia-Lazada-Blibli mulai pungut PPh pedagang online*, 1 Oktober. Tersedia di: *https://www.cnbcindonesia.com/news/20261001214352-4-772696/sah-shopee-tokopedia-lazada-blibli-mulai-pungut-pph-pedagang-online*

Creswell, J.W. dan Creswell, J.D. (2023) *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Edisi ke-6. SAGE Publications.

DDTCNews (2026a) *DJP tunjuk 4 marketplace jadi pemungut pajak, efektif mulai 1 Agustus*, Juli. Tersedia di: *https://news.ddtc.co.id/berita/nasional/1820508/djp-tunjuk-4-marketplace-jadi-pemungut-pajak-efektif-mulai-1-agustus*

DDTCNews (2026b) *Implementasi ditunda, DJP akan tunjuk ulang marketplace pemungut pajak*, Agustus. Tersedia di: *https://news.ddtc.co.id/berita/nasional/1821479/implementasi-ditunda-djp-akan-tunjuk-ulang-marketplace-pemungut-pajak*

DDTCNews (2026c) *Pemungutan pajak oleh marketplace dinilai dorong kepatuhan seller*, Juli. Tersedia di: *https://news.ddtc.co.id/berita/nasional/1821057/pemungutan-pajak-oleh-marketplace-dinilai-dorong-kepatuhan-seller*

DDTCNews (2026d) *DJP: pemungutan PPh Pasal 22 oleh marketplace berlaku 1 November*, 18 September. Tersedia di: *https://news.ddtc.co.id/berita/nasional/1822566/djp-pemungutan-pph-pasal-22-oleh-marketplace-berlaku-1-november*

Dewi, N.P.A.K. dan Setiawan, P.E. (2023) 'Pengetahuan perpajakan, pemahaman peraturan perpajakan, kesadaran dan kepatuhan wajib pajak e-commerce', *E-Jurnal Akuntansi*, 33(5). doi:10.24843/EJA.2023.v33.i05.p16.

Direktorat Jenderal Pajak (2025) *PMK 37/2025: bukan pajak baru*. Tersedia di: *https://www.pajak.go.id/id/artikel/pmk-372025-bukan-pajak-baru*

Ghozali, I. (2021) *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*. Edisi ke-10. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

IKPI (2025) *Menelaah PMK 37/2025 dan revolusi e-commerce Indonesia*. Ikatan Konsultan Pajak Indonesia. Tersedia di: *https://ikpi.or.id/menelaah-pmk-37-2025-dan-revolusi-e-commerce-indonesia/*

Jin, P., Li, G. dan Xiong, W. (2022) 'Deterrence or conformity? An analysis of digital economy taxpayer compliance behavior based on prospect theory', *Frontiers in Psychology*, 13, artikel 967715. doi:10.3389/fpsyg.2022.967715.

Kompas TV (2025) *DJP: pajak pedagang online bukan jenis pajak baru dan diterapkan bertahap*, 15 Juli. Tersedia di: *https://www.kompas.tv/ekonomi/605203/djp-pajak-pedagang-online-bukan-jenis-pajak-baru-dan-diterapkan-bertahap*

Kompas TV (2026) *Ini kriteria pedagang online yang kena pajak mulai 1 Agustus 2026*. Tersedia di: *https://www.kompas.tv/ekonomi/678357/ini-kriteria-pedagang-online-yang-kena-pajak-mulai-1-agustus-2026*

Kontan (2026) *Ini alasan Dirjen Pajak percepat pemungutan PPh 22 marketplace mulai 1 Oktober 2026*, 1 Oktober. Tersedia di: *https://nasional.kontan.co.id/news/ini-alasan-dirjen-pajak-percepat-pemungutan-pph-22-marketplace-mulai-1-oktober-2026*

Pajak.com (2025) *PMK 37/2025 wajibkan "marketplace" pungut pajak, Taxco Solution urai aturan lengkapnya*. Tersedia di: *https://www.pajak.com/pajak/pmk-37-2025-wajibkan-marketplace-pungut-pajak-taxco-solution-urai-aturan-lengkapnya/*

Pusat Data Kontan (2025) *Transaksi ecommerce Indonesia 2019-2024*, 23 Maret. Kontan.co.id. Tersedia di: *https://pusatdata.kontan.co.id/infografik/88/transaksi-ecommerce-indonesia-2019-2024*

Putri, A.F. dan Prasetyawati, T. (2025) 'Tax in the digital age: a systematic study on e-commerce and taxation policy', *International Journal of Finance Research*, 6(1), pp. 50–70. doi:10.47747/ijfr.v6i1.2686.

Republika (2025a) *Transaksi e-commerce RI tembus Rp44,4 triliun pada Juli 2025*, 20 Agustus. Tersedia di: *https://ekonomi.republika.co.id/berita/t1asy7423/transaksi-ecommerce-ri-tembus-rp444-triliun-pada-juli-2025*

Republika (2025b) *Nilai transaksi e-commerce kuartal III tembus Rp134,67 triliun*, 23 Oktober. Tersedia di: *https://ekonomi.republika.co.id/berita/t4ke2l416/nilai-transaksi-ecommerce-kuartal-iii-tembus-rp13467-triliun*

Simanjuntak, A.K.M. (2026) *Kepdirjen batal, DJP akan tunjuk ulang marketplace pemungut PPh 22*. DDTCNews, 6 Agustus. Tersedia di: *https://news.ddtc.co.id/berita/nasional/1821450/kepdirjen-batal-djp-akan-tunjuk-ulang-marketplace-pemungut-pph-22*

Sugiyono (2022) *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke-26. Bandung: Alfabeta.

Triansyah, I. dan Putra, R.R. (2025) 'Pengaruh literasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan literasi digital sebagai pemoderasi', *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(4), pp. 6784–6797. doi:10.56799/ekoma.v4i4.8256.

Untari, P.H. (2025) *E-commerce minta waktu tambahan 1 tahun untuk pungut pajak seller*. Bisnis.com, 16 Juli. Tersedia di: *https://teknologi.bisnis.com/read/20250716/266/1893361/e-commerce-minta-waktu-tambahan-1-tahun-untuk-pungut-pajak-seller*

Utama, M.S., Nimran, U., Hidayat, K. dan Prasetya, A. (2022) 'Effect of religiosity, perceived risk, and attitude on tax compliant intention moderated by e-filing', *International Journal of Financial Studies*, 10(1), artikel 8. doi:10.3390/ijfs10010008.

Wan, H. (2024) 'Impact of risk aversion attitude on tax morale: insights from a context of low risk of tax evasion', *International Review of Economics*, 71(1), pp. 75–97. doi:10.1007/s12232-023-00435-6.